

PROGRAMM

45. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_getting_smarter

5./6. Dezember 2018

Convention Center | Deutsche Messe Hannover

www.deutschermarketingtag.de



Dirk Ahlborn
CEO
Hyperloop



Brendan Eich
Co-Founder & CEO
Brave Software



Rebecca Snell
Head of Marketing DACH
LEGO GmbH



Kathrin Menges
Mitglied des Vorstands, zuständig für
Personal und Infrastructure Services
Henkel AG & Co. KGaA



Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Eine gemeinsame
Veranstaltung von:

absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

managementforum |
HANDELSBLATT MEDIA GROUP

GRUSSWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns sehr, Ihnen heute das Programm des **45. Deutschen Marketing Tags** am **5./6. Dezember 2018** im **Convention Center der Deutschen Messe AG in Hannover** vorstellen zu können. Das Motto in Hannover: **#marketing_getting_smarter**.

Das Angebot innovativer und effizienter Marketingtools ist heute so vielseitig wie noch nie. **Marketing Automation, Programmatic Advertising, Predictive Marketing, Neuromarketing, Big Data Analytics u.v.m.** stellen das Marketing vor die Herausforderung, die perfekten Tools zum richtigen Zeitpunkt in den effizientesten Kanälen zu definieren.

Der zweitägige Kongress bringt **über 1.500 Top-Experten aus Marketing, Vertrieb und Produktmanagement** zusammen, um für genau diese Fragen Lösungsansätze zu finden und gemeinsam die Themenfelder aus den jeweiligen Branchen und Blickwinkeln zu beleuchten.

Das Motto wird in viele Einzelthemen überführt und von mehr als 100 hochkarätigen Referenten in Form von **Masterclasses, Deep Dive und Breakout Sessions, Stand Up-Presentations, Plenarvorträgen und Diskussionsrunden** mit Leben gefüllt.

Die Themen der Sessions in diesem Jahr u.a.:

- **Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ... Was nun?**
- **Blockchain goes Marketing**
- **Marketing Automatisierung**
- **Digitale Transformation – Best Practices**
- **New Work – Erfahrungen & Einsichten**

Auf der Abendveranstaltung wird im Anschluss an den Kongress auch 2018 wieder der **Deutsche Marketing Preis** verliehen.

Seien Sie am 5./6. Dezember 2018 in Hannover dabei, wenn die **1.700** erwarteten **Teilnehmer** über die aktuellen Herausforderungen des Marketings diskutieren.

Wir freuen uns auf Sie!



Prof. Dr. Ralf E. Strauß

Präsident
Deutscher Marketing Verband



Michael Köhler

Geschäftsführer
Management Forum der
HANDELSBLATT MEDIA GROUP



Georg Altrogge

Herausgeber
absatzwirtschaft

TEILNEHMER & JOB LEVEL

„Der Deutsche Marketing Tag gibt immer die Gelegenheit, einen Bruch zu machen, sich zu reflektieren, mit Kollegen aus anderen Branchen zu unterhalten und auch eine Standortbestimmung vorzunehmen.“

Christof Queisser

Vorsitzender der Geschäftsführung
Rotkäppchen Mumm



1.500
BESUCHER 2017

69%
Executives

20%
Mittleres Management

4%
Consultants

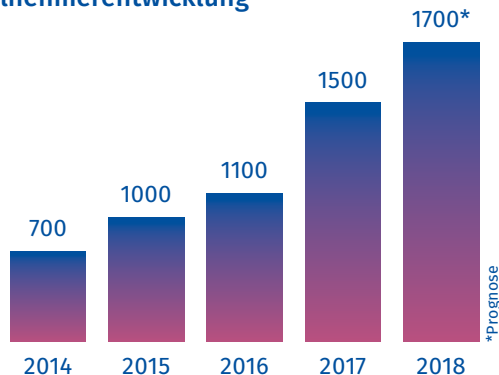
7%
Sonstige

„Wir haben hier hochwertig besetzte Sessions, ein sehr interessantes Publikum. Eines, das auch in die Diskussion einsteigt. Der DMT ist ideal, um Kontakte zu knüpfen, ideal, um sich auch über Trends auszutauschen und gut in einen Dialog zu kommen.“

Dr. Tobias Bartholomé

Head of Recruiting & Sourcing
Lufthansa Group

Teilnehmerentwicklung



MEHR ...
NETWORKING,
INSIGHTS, THEMEN,
DEEP DIVES,
INTERAKTION

DEEP DIVES & WARM UP

5. DEZEMBER 2018

Ort: HDI Arena, Robert-Enke-Straße 3, 30169 Hannover

Der Auftakt des 45. Deutschen Marketing Tags am 5. Dezember 2018 mit den Deep-Dive-Sessions, Start-up Bootcamp und anschließendem WarmUp.

Deep Dives erlauben den tieferen Einblick in aktuelle Top-Themen im Marketing: interaktiv, direkt und im kleineren Kreis.

05.12. AUFTAKT

- **16:30 Welcome & Opening Talk**
mit Hannover 96 und Lagardère Sports
- **16:45 Aufteilung Deep Dives**
- **17:00 DEEP DIVES** – In parallelen Inhaltssessions
- **19:00** diskutieren Experten mit den Teilnehmern zu folgenden Themen:
 - **Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ... Was nun?**
 - **Bewegtbild trifft Augmented Reality**
 - **Blockchain goes Marketing**
 - **Wege aus der Retail-Apokalypse?!**
 - **E-SPORTS – Rising Giant?**
 - **Startup Bootcamp**
 - **JuMPs ONLY: Rügenwalder ... jetzt auch vegetarisch – Innovation & Mut!**
- **19:00 WarmUp***
NETWORKING PARTY – Als Auftakt zum 45. Deutschen Marketing Tag im Neuen Rathaus in Hannover, Trammplatz 2
- **20:00** Begrüßung durch den Oberbürgermeister von Hannover, Stefan Schostok

Start-up Bootcamp

4 Finalisten pitchten live vor Teilnehmern

Im Rahmen dieses Marketing-Start-up Bootcamps werden 4 unterschiedliche Start-ups ihre jeweiligen Konzepte im Umfeld von **Spracherkennung, VR & AI, Automatisierung oder Big Data** vorstellen und durch die anwesenden Zuhörer als „Jury“ auf der Grundlage von Kriterien beurteilen lassen. Der Gewinner erhält als Auszeichnung Media-Leistungen zur Vermarktung im Gegenwert von 20.000,- €. Die Auswahl der Start-ups erfolgt durch eine hochkarätige Fachjury in Partnerschaft mit Project A Ventures (Dr. Florian Heinemann). Alle ausgewählten Start-ups zeigen ihre Lösungen auf der Ausstellungsfläche am 6.12., so dass auch nach dem Bootcamp weitergehende und vertiefende Informationen erhältlich sind.

MODERATION

Dr. Florian Heinemann
Gründer und Geschäftsführer
Project A Ventures



JuMPs ONLY

Rügenwalder Mühle ... Jetzt auch vegetarisch – Veränderung im Familienunternehmen

Thomas Ludwig
Marketingleiter
Rügenwalder Mühle



MODERATION

Dennis Radau
Nationaler Sprecher JuMP
Deutscher Marketing Verband e.V.



WARMUP

NEUES RATHAUS

Ort: Trammplatz 2, 30159 Hannover

*Ticket-Buchung fürs WarmUp:
www.deutschermarketingtag.de



Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ... Was nun?

presented by *The Reach Group*
Digital Performance Group

Wie man die DSGVO pragmatisch und kontinuierlich einhält

Prof. Dr. Christoph Bauer
Gründer und CEO
ePrivacy GmbH



Implementierung der DSGVO im hochvolumigen Datenumfeld

Scherwin Kazemi
Leiter CrossChannel-Management
ERGO Direkt Versicherungen



DSGVO – Viel Hype um Nichts..?

Dr. Carsten Ulbricht M.C.L.
Rechtsanwalt
Bartsch Rechtsanwälte PartG mbB



DGSVO – Alles neu macht der Mai? Praktischer Erfahrungsbericht aus dem Tankstellengeschäft in Europa

Sandra Schwimbersky
European B2C Promotion
Manager
BP Europa SE



MODERATION

André Koegler
Vice President Product & Technology
The Reach Group



Blockchain goes Marketing

Die Blockchain-Revolution im Versicherungsmarkt (tbc)

Oliver Volk
Blockchain Experte
Allianz Re



Blockchain-Technologie und Kryptowährungen: Grundlagen und Potentiale

Prof. Dr. Philipp Sandner
Leiter Frankfurt School
Blockchain Center
Frankfurt School of
Finance and Management



Blockchain-basiertes Advertising in Online Games

Andreas Schemm
CEO
Project: Gateway & vreo



Blockchain-based Marketing – Asia leading the way

Keyness Cheng
Head of Global Business Development
Merculet



Wege aus der Retail-Apokalypse?!

Retail Marketing Series – powered by *SAP*

Spaß als Trigger – CRM und Service zur Konvertierung

Alexander Ewig
Geschäftsführer
MediaMarktSaturn
Marketing GmbH



Nichts ist konstanter als der Wandel – Wie IKEA neue Wege geht

Heiko Klauer
Marketingleiter Deutschland
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG



Differenzierung über kanalübergreifende und inspirierende Einkaufserlebnisse

Jan Schulze
Geschäftsführer Merchandising & Marketing
HSE24, Home Shopping
Europe GmbH



Funktioniert digitaler Stadtbummel?

Julia Baumgärtner
Head of eCommerce & Marketing
Locamo GmbH & Co. KG



Vom Händler zur Plattform – Retail Transformation bei OTTO

Marc Opelt
Vorsitzender des
Bereichsvorstands OTTO und
Bereichsvorstand Marketing
OTTO GmbH & Co. KG



MODERATION

Edmund Frey
Senior Vice President
SAP Customer Experience MEE
Hybris GmbH



Bewegtbild trifft Augmented Reality

Virtual Reality: Spaßfaktor oder Business-Treiber?

Tanja Lockwood
Director Customer Marketing
Bath & Wellness
Villeroy & Boch AG



Mercedes cAR. Spielerei oder „Confinement“?

Marie Struck
Produktmanagerin B-Klasse,
GLA
Mercedes-Benz Cars
Deutschland Daimler AG



Future Shopping Experiences – Innovationen als Erweiterung des instore Kundenerlebnisses

Martin Wild
Chief Innovation Officer (CINO)
MediaMarktSaturn Retail Group



E-SPORTS – Rising Giant?

presented by *Lagardère Sports*

Das Marketing- und Vertriebspotenzial von eSport für Marken nutzbar machen

Alban Dechelotte
Head of Esports
RIOT Games Europe



Trends und Entwicklungen im eSports und ihre Bedeutung im globalen Werbe- und Sponsoringmarkt

André Fläckel
Director Esports
Lagardère Sports



Von real to virtual und von virtual to real – Wie die Welten im Motorsport verschmelzen

Michael Dürbaum
Leiter Vertrieb und
Business Development
Nürburgring 1927 GmbH & Co. KG



Alexander Gerhard
Teamleiter PR & Social Media /
Pressesprecher
Nürburgring 1927 GmbH & Co. KG



PROGRAMM

6. DEZEMBER 2018

09:00	Begrüßung und Eröffnung des 45. Deutschen Marketing Tags				
09:30	Opening Keynote: TELEKOMPlus? Herausforderungen der Transformation im DAX-Konzern – Timotheus Höttges, Vorstandsvorsitzender, Deutsche Telekom				
10:00	Keynote: The LEGO Group – Transforming Play brick by brick – Rebecca Snell, Head of Marketing DACH, LEGO GmbH				
10:30	Verleihung Best of DMV 2018 Präsentation des besten regionalen Marketing Club Preises 2018				
10:45	Keynote: Building the Hyperloop – Dirk Ahlborn, CEO, Hyperloop				
11:15	Food, Beverages & Networking				
11:45	New Work – Erfahrungen & Einsichten 11:45 – 12:45	Content Marketing ... lohnt sich das? 11:45 – 13:15	Digitale Transformation – Best Practices 12:15 – 13:45	Data-Driven Programmatic Marketing – Massenhaft individualisiert, in Echtzeit 11:45 – 13:15	Marken in der Nische 12:15 – 13:45
12:15					
12:45		Marketing Science meets Practice: Neuromarke- ting – Emotionen messen und lenken 13:45 – 15:15	Omnichannel – Zwischen Konflikt und Kooperation 14:15 – 15:45	Employer Branding im War for Talent (JuMP only) 13:45 – 15:15	Big Data Analytics ... Insights aus dem „Datensee“ 14:15 – 15:45
13:15					
13:45		Media Management – Auf dem Weg zur Blockchain und neuen Geschäftsmodellen 14:45 – 15:45			
14:15					
14:45					
15:15					
15:45	Food, Beverages & Networking				
16:15	Keynote: A brand that never sleeps – Katia Bassi, Global CMO, Automobili Lamborghini S.p.A.				
16:45	Keynote: Blockchain Disrupting the Advertisement Industry (tbc) – Brendan Eich, Co-founder & CEO, Brave Software				
17:45	Wrap-up des Tages				
19:00	Übergang / Shuttleservice Deutscher Marketing Preis				

Ort: Convention Center (CC), Messegelände, 30521 Hannover

tsche Telekom AG

- Keynote
- Breakout Session
- Roundtable
- Masterclass
- Food, Beverages & Networking

Marketing
Automatisierung
11:45 – 13:15

Haptische und
digitale Kommunikation –
Freunde oder Feinde?
12:15 – 13:45

Building the Hyperloop –
Management von
Innovationen
11:45 – 12:30 ☕

Aus den richtigen Daten
schlau werden:
Wie Experience Data
zum Game Changer
für Marketing wird
12:45 – 13:45

Kreativtechniken
12:15 – 13:15

Radio 21-Bühne
Event-Stage
Saal 3

Programmatic Creativity
13:45 – 15:15

Customer Journey
optimieren – Konsistenz
über alle Touchpoints
14:15 – 15:45

Alter Hase trifft Junge
Füchse (JuMP only)
14:15 – 15:45

PROGRAMM

6. DEZEMBER 2018

Ort: Convention Center (CC), Messegelände, 30521 Hannover

● 09:00 **Begrüßung und Eröffnung des 45. Deutschen Marketing Tags**

KEYNOTES

● 09:30 **TELEKOMPlus? Herausforderungen der Transformation im DAX-Konzern**

Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG



● 10:00 **The LEGO Group – Transforming Play brick by brick**

Rebecca Snell
Head of Marketing DACH
LEGO GmbH



● 10:30 **Verleihung Best of DMV 2018**

Präsentation des besten regionalen
Marketing Club Preises 2018



● 10:45 **Building the Hyperloop**

Dirk Ahlborn
CEO
Hyperloop



● 11:45 **Parallele Breakout Sessions**
Masterclasses
Roundtables

● 16:15 **A brand that never sleeps**

Katia Bassi
Global CMO
Automobili Lamborghini S.p.A.



● 16:45 **Disrupting the Advertisement Industry with Anonymity and Blockchain Tech**

Brendan Eich
Co-Founder & CEO
Brave Software



● 17:45 **Wrap-up des Tages**

● 19:00 **Übergang / Shuttleservice**
Deutscher Marketing Preis



Ort: Peppermint Pavillon, Boulevard der EU 8,
30539 Hannover

Begrüßung



Prof. Dr. Ralf E. Strauß
Präsident
Deutscher Marketing
Verband e.V.



Uwe Berger
Präsident
Marketing Club
Hannover e.V.



Stefan Schostok
Oberbürgermeister
Stadt Hannover



Dr. Jochen Köckler
Vorsitzender des
Vorstands
Deutsche Messe AG



MODERATION

Corinna Wohlfeil



ROUNDTABLES

Roundtable 1 New Work – Erfahrungen & Einsichten

presented by 



Markus Albers
Autor u.a. „Digitale
Erschöpfung“ & „Meconomy“



Rudolf Pütz
Geschäftsführer
Vitra GmbH



Rosa Riera
VP Employer Branding &
Social Innovation
Siemens AG



Alastair Bruce
Vorstand & Chief Sales Officer
XING SE



Peter Jungblut
Entscheidungscoach & Autor



Burkhard Remmers
Leiter Internationale
Kommunikation
Wilkhahn - Wilkening+Hahne
GmbH+Co.KG



MODERATION
Dr. Michael Trautmann
Vorstand
thjnk AG

Roundtable 2 Media Management – Auf dem Weg zur Blockchain und neuen Geschäftsmodellen



Andreas-Christoph Hofmann
Vice President Marketing &
Product
Hyundai Motor Europe GmbH



Philip Missler
Director
Amazon Media Group
Germany & Italy



Martin Hötzel
Geschäftsführer Warsteiner
Gruppe
Haus Cramer Management
GmbH



Thomas Koch
Geschäftsführer
TKD Media UG

MASTERCLASSES

Kreativtechniken

presented by 

Nicole Hoefer-Wirwas
ADC Mitglied und Trainerin
für Ideenfindung,
Konzeption, Look und
Layout
BOOST



Building the Hyperloop – Management von Innovationen

Dirk Ahlborn
CEO
Hyperloop

 Lunch-
Masterclass



Aus den richtigen Daten schlau werden: Wie Experience Data zum Game Changer für Marketing wird

Anne Uekermann
Marketing Manager DACH
Qualtrics



JuMP SPECIAL

„Alter Hase trifft Junge Füchse“

Kathrin Menges
Mitglied des Vorstands,
zuständig für Personal und
Infrastructure Services
Henkel AG & Co. KGaA



PARALLELE BREAKOUT SESSIONS 1 – 6

VORMITTAGS

Content Marketing ... lohnt sich das?

presented by  **The Reach Group**
Digital Performance

Unterschätzen Sie das Content Marketing nicht: Wie austauschbarer Content unverwechselbarer wird

Dr. Lothar Weissenberger
Leitung Marketing & Digitale Medien
DekaBank



Content-Debatten sind von gestern!

Antje Neubauer
Leiterin Marketing & PR
Deutsche Bahn AG



The Augmented Consumer

Philipp Markmann
CMO
L'ORÉAL Deutschland GmbH



Life Changing Places ... Mehr als reiner Destinations-Content

Benita Struve
Leiterin Marketing-Kommunikation
Deutsche Lufthansa AG



MODERATION

Gustav Kemter
Director Consulting & Optimization
The Reach Group



Digitale Transformation – Best Practices

presented by  **SAP**

Daten intelligent nutzen – Chancen & Grenzen

Dr. Ina Offergeld
Head of Digital Business Infrastructure / Processes
AUDI AG



Heroes, Humans, Heritage: The Power of Stories

Bernd Preuschoff
Senior Vice President / Global Head of Digital
Schwan-STABILO Cosmetics GmbH & Co. KG



MODERATION

Christian Wehner
Business Development Senior Specialist
SAP Deutschland SE & Co. KG



Data-Driven Programmatic Marketing – Massenhaft individualisiert, in Echtzeit

presented by  **MediaMath**

Programmatic Media, der Kunde gehört zurück in den Driver's Seat

Maike Abel
Head of Media Communication
Nestlé Deutschland GmbH



Optimierung der No-Show-Raten am Gate (tbc)

Marcel Kling
Director Customer Data &
Advanced Analytics
Deutsche Lufthansa AG



„ORBID“ – Automatisierte und userbasierte Retargeting-Steuerung bei OTTO

Diana Kuhl
Abteilungsleitung Data Science
for Marketing
OTTO GmbH & Co. KG



Monetarisierung von Daten (tbc)

Dr. Andreas Antrup
Geschäftsführer
Zalando Media Solutions GmbH



Omnichannel Programmatic Marketing – Kein hehrer Wunschtraum mehr

Jens Bargmann
Country Manager, DACH, NORDICS,
CENTRAL/EASTERN EUROPE
MediaMath Germany GmbH



MODERATION

Jens Bargmann
Country Manager, DACH, NORDICS,
CENTRAL/EASTERN EUROPE
MediaMath Germany GmbH



Infos zu Hotelkontingenten finden Sie
unter www.deutschermarketingtag.de

Marken in der Nische

presented by 

Der Weber „stairway to heaven“

Michael Reuter
Vice President Sales &
Markets EMEA &
Geschäftsführer Deutschland
Weber-Stephen
Deutschland GmbH



Erfolg macht Veggie! New sustainable plant based brands are driving the food revolution

Volker Weinlein
Geschäftsführer & CMO
Katjes International
GmbH & Co. KG



Wertschöpfung durch Zielgruppensegmentierung

Martin Rösler
CMO
Alpina Farben GmbH



Dermasence – Medizinische Hautpflege jenseits multinationaler Konzerne

Gudrun Hams-Weinecke
Marketingleitung
P&M Cosmetics GmbH & Co. KG



Weltmarktführer dank Chipkarten

Robert Eichhorn
Leiter Marketing
REINER Kartengeräte
GmbH & Co. KG



MODERATION

Armin Reins
Geschäftsführer & Inhaber
REINSCLASSEN GmbH & Co. KG



Marketing Automatisierung

Automatisierte Kundenansprache im medizinischen Umfeld – Präsenz durch Relevanz

Dr. Jochen Tham
Head of Medical Technology Marketing Communications
Carl Zeiss Meditec AG



Vom Push zum Pull – Effizient, massenhaft, schnell

Philipp Seifert
Bereichsleiter Marketing
Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG



Automatisierung – Implementierung in Hochgeschwindigkeit

Dr. Thomas Barthel
Global Officer Marketing & Sales
TÜV Rheinland AG



Automate or Die – Systematische Neukundengewinnung made by TUI

Matthias Gehring
Head of Digital Commerce
TUI Deutschland GmbH



Haptische und digitale Kommunikation – Freunde oder Feinde?

presented by **PSI**

Werben mit Markenartikeln

Harry Saffer
Geschäftsführer
Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG



Haptische und digitale Kommunikation – Freunde oder Feinde?

Peter Kaspar
COO, Member of the Executive Board
Global Brand Concepts GmbH



Transformation der Markenbotschaft über alle 5 Sinne – Haptische Werbung

Stefan Eiche
Stellvertretender Vertriebsleiter
Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG



MODERATION

Michael Freter
Geschäftsführer
Reed Exhibitions Deutschland GmbH



PARALLELE BREAKOUT SESSIONS 7 – 12

NACHMITTAGS

Customer Journey optimieren – Konsistenz über alle Touchpoints

presented by **yext**

Onlinepräsenz im fundamentalen Umbruch – Warum strukturierte Daten so wichtig sind

Michael Hartwig
Managing Partner
Yext Central Europe



Der Kunde im Zentrum des digitalen Wandels im mehrstufigen Automobilvertrieb

Jens Klitzke
Abteilungsleiter Kundenmanagement & Digitalisierung
Volkswagen AG



Neue Zeiten. Neues Banking. Über alle Interaktionskanäle hinweg

Tim Alexander
CMO
Deutsche Bank AG



Der Weg zur Brille – Wir sind da, wo der Kunde ist

Stefan Wolk
Head of Digital Services
Fielmann AG



Big Data Analytics ... Insights aus dem „Datensee“

World Café presented by **KANTAR TNS**

OPENING STATEMENT

Hartmut Scheffler
Geschäftsführer
Kantar TNS



Datensee 1

Webbehaviour oder wie aus Webdaten erfolgreiches Targeting und Profiling wird

Holger Laube
Managing Director Technology & Financial Services
Kantar TNS



Stefanie Hegener

Managing Partner Sales & Consulting – [m]platform
group m



Datensee 2

Kundendaten oder wie man ohne Silos längst vorhandene Insights generiert

Jens Krüger
Managing Director Consumer & Industry
Kantar TNS



Datensee 3

CX-Daten oder wie man aus Kundenfeedback Kundenbindung und Wachstum generiert

Dr. Peter Pirner
Domain Lead Digital & Customer Experience
Kantar TNS



Datensee 4

Mediennutzungsdaten oder wie man Kommunikationswirkung optimiert

Dr. Bernd Büchner
Geschäftsführer
Kantar Millward Brown



PD Dr. Tino G. K. Meitz
Kommunikations- und Medienpsychologie
Friedrich-Schiller-Universität Jena



Datensee 5

Die DMP-Schlacht oder wie mit DMPs Geschäftsmodelle revolutioniert werden

Dr. Markus Eberl
Senior Director Analytics Practice Germany
Kantar Deutschland



Programmatic Creativity

presented by



Programmatic Creativity – Data Driven Conception and Creation meets targeted Media

Siamac Alexander Rahnavard

Geschäftsführer

**ECHTE LIEBE – Agentur für
digitale Kommunikation**

Smart Data und CRM als Voraussetzung für individuelle Kundenansprache

Nico Winkelhaus

Director Digital Marketing

PAYBACK GmbH

Vom kreativen Verhüngern im Dataschlaraffia UND woran die schöne neue Welt in der Praxis scheitert

Laura Rumich

Geschäftsführende Gesellschafterin

Kabelbrand

Programmatic Creativity – Das optimale Zusammenspiel von Daten und Kreativität

Carsten Lackner

Head of Online Marketing

EnBW Energie Baden-Württemberg AG

MODERATION

Siamac Alexander Rahnavard

Geschäftsführer

ECHTE LIEBE – Agentur für digitale Kommunikation

Omnichannel – zwischen Konflikt und Kooperation

presented by



Omnichannel im Spannungsfeld einer breiten Zielgruppenabdeckung

Inga Kober

Head of Marketing & Online Central Region

Staples Solutions

Ohne qualifizierte Daten keine effiziente Multi-Kanal-Kundenansprache

Jörg Bollow

Geschäftsführer

Bisnode Deutschland GmbH

Erklärungsbedürftige Produkte – Auch OffOnline?!

Torsten Weber

Leitung / Director Business Development

KIND Hörgeräte GmbH & Co. KG

Trends und Herausforderungen im Omnichannel

Marcus Haus

Bereichsleiter Marketing

PENNY-Markt GmbH

MODERATION

Dirk Radetzki

Regional Director DACH

Bisnode Deutschland GmbH



Marketing Science meets Practice: Neuromarketing – Emotionen messen und lenken

Fun, Fear, and Focus – Das geheime Rezept für Höchstleistungen

Friederike Fabritius

Neuropsychologin und Autorin von „The Leading Brain“

Multisensorisches Marketing – Das Katerfrühstück nach dem digitalen Rausch

Olaf Hartmann

Geschäftsführender Gesellschafter

Multisense Institut für multisensorisches Marketing

„DEM Kunden in den Kopf geschaut?“ – Ansätze für erfolgreiches Neuromarketing in der Praxis

Bernd Werner

Vorstand

Gruppe Nymphenburg Consult AG

Good-bye Homo Öconomicus – Kaufentscheidungen werden immer unbewusst gesteuert

Prof. Dr. Jürgen Gallinat

Direktor, Klinik und Poliklinik für Psychiatrie
und Psychotherapie

Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf

fency.moves(R), nix Neuromarketing: Live Emotions am POS mit mobile Geofencing

Dr. Jens Cornelsen

Geschäftsführer

defacto digital research GmbH

MODERATION

Prof. Dr. Martin Fassnacht

Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insbesondere
Marketing und Handel (Otto Beisheim-Stiftungslehrstuhl)
WHU



Employer Branding im War for Talent (JuMP Session)

presented by



Building global Talent Communities for the business

Susanne Labonde

Director Global Employer Branding

SAP SE

Good-bye Festanstellung ... Flexibilisierung des Arbeitslebens

Thomas Harrer

Bereichsleiter

Hays Holding GmbH

New Work ... Echt umgesetzt

Jan Kowalsky

Director Brand Marketing

XING SE



DEUTSCHER MARKETING PREIS 2018

Auch in diesem Jahr erwartet Sie als Highlight am Abend des Kongresses die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2018. Der Preis ist seit 1973 die Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing. Der Preisträger reiht sich ein in eine Liste namhafter Unternehmen u.a.:

- thermomix (2017)
- mymuesli (2016)
- Motel One (2015)
- ImmobilienScout24 (2014)
- Lindt (2013)
- Zalando (2012)
- Schüco (2011)
- Deutsche Telekom (2010)
- Schwarzkopf (2009)

Freuen Sie sich auf einen unterhaltsamen Abend in feierlicher Atmosphäre sowie mit kulinarischen Höhepunkten und nutzen Sie die Zeit für Gespräche und Kontakte mit interessanten Köpfen aus dem Marketing.

Auf der After-Show-Party feiert das „Who-is-Who“ der Marketing-Branche Deutschlands bis in die frühen Morgenstunden. Seien Sie live dabei und erfahren Sie, wer sich 2018 die begehrte Trophäe sichern kann.



DEUTSCHER
MARKETING
PREIS

**VERLEIHUNG
AM ABEND DES
6. DEZEMBERS**



UNSERE PARTNER

PREMIUM PARTNER



Deutsche Messe

// diconium



KANTAR TNS



SAP Hybris



The Reach Group
Digital Performance

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

XING

yext

IN KOOPERATION MIT

Landeshauptstadt



Hannover

TRAVEL PARTNER

FLIXBUS

RADIO PARTNER



WERDEN SIE PARTNER

- als **Aussteller** mit neuem und integriertem Standkonzept
- als **Start-up** innerhalb der eigenen **Start-up-Area**
- mit innovativem Konzept auf der **Open Stage**
- mit **inhaltlicher Beteiligung** – kontaktieren Sie uns direkt

Präsentieren Sie sich und Ihr Unternehmen in einem innovativen und zukunftsorientierten Umfeld auf dem **45. Deutschen Marketing Tag** in Hannover.

Als Ansprechpartner steht Ihnen gern zur Verfügung:

Niklas-Fabian Kater, Head of Sales

Tel.: +49 (0) 69 2424-4789, E-Mail: kater@managementforum.com

Oliver Bein, Sales-Manager

Tel.: +49 (0) 211 96 86 35 31, E-Mail: bein@managementforum.com



DIALOGPOST

Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE

Port payé

45. DEUTSCHER MARKETING TAG

#marketing_getting_smarter

Online gedruckt bei:



Internet

Anmeldung +49 (0) 69 / 2424-4799

JA, hiermit melde ich mich zum 45. Deutschen Marketing Tag am 05./06.12.2018 in Hannover an.

☐ Zum regulären Preis (p.P. zzgl. MwSt.) 999,- €

☐ Zum Sonderpreis für **Mitglieder in Marketing Clubs**
(p.P. zzgl. MwSt.) 639,- €

Ich bin Mitglied im Marketing Club:

☐ Ja, ich nehme auch an der Verleihung des Deutschen Marketing Preises am Abend des 06.12.2018 teil (im Preis inkludiert).

☐ Ja, ich nehme auch an den Deep Dive-Sessions am Vortag (05.12.2018) teil (im Preis inkludiert).

☐ Ja, hiermit buche ich zusätzlich die Teilnahme am Warm Up (05.12.2018, ab 19:00 Uhr): 49,- € (p.P. zzgl. MwSt)

Firma	
Telefon*	E-Mail*
Name, Vorname	Position
Straße	PLZ/Ort
Datum, Unterschrift	

Organisation durch:

Management Forum der HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com

Termin und Ort

05.12.2018
Deep Dives: HDI Arena, 30169 Hannover
Warm Up: Neues Rathaus, 30159 Hannover

06.12.2018 – 45. Deutscher Marketing Tag
Convention Center (CC) Messegelände, 30521 Hannover

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen (Auszug aus den AGB): Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen Kongress beträgt 999,- €, zzgl. MwSt. p.P. für Externe ab dem 01.08.2018 bzw. 639,- €, zzgl. MwSt. p.P. für Mitglieder in einem Marketing Club ab dem 01.08.2018. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke, das Mittagessen, die Deep Dive-Sessions am Vortag und die Abendveranstaltung. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, sofern kein anderes Zahlungsziel auf der Rechnung ausgewiesen ist. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- € erhoben, wenn die Absage spätestens bis 7. November 2018 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 7. November 2018 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten sowie Themenänderungen vor. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Management Forum. Die AGB sind einsehbar unter www.managementforum.com/agb.

Informationen zur Datenerhebung gemäß Artikel 13 DSGVO: Wir erheben Ihre Daten zum Zweck der Vertragsdurchführung, zur Erfüllung unserer vertraglichen und vorvertraglichen Pflichten sowie zur Direktwerbung. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung ist für die Durchführung des Vertrags erforderlich und beruht auf Artikel 6 Abs. 1 b) DSGVO. Eine Weitergabe der Daten an Dritte findet nicht statt. Die Daten werden gelöscht, sobald sie für den Zweck ihrer Verarbeitung nicht mehr erforderlich sind. Sie haben das Recht, der Verwendung Ihrer Daten zum Zweck der Direktwerbung jederzeit zu widersprechen. Zudem sind Sie berechtigt, Auskunft der bei uns über Sie gespeicherten Daten zu beantragen sowie bei Unrichtigkeit der Daten die Berichtigung oder bei unzulässiger Datenspeicherung die Löschung der Daten zu fordern. Sie können unseren Datenschutzbeauftragten unter Datenschutzbeauftragter c/o Management Forum der HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH, Eschersheimer Landstr. 50 | 60322 Frankfurt am Main erreichen. Ihnen steht des Weiteren ein Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde zu.